



Die Preisträger des «Swiss Print Awards» 2018 (von links): Gerold Odermatt und Marco Bucher, Rudolf Barmettler, Marie-José und Marino Venturini, Stefano Bosia, Samanta Martinoli, Ruben Fontana, Guido Baumgartner und Judith Annaheim, Thomas Freitag, Lorenz Boegli, Piroska Szönye, Simon Mühlemann und Bruno Sonderegger.

Foto: Jürg Marti

SWISS PRINT AWARD 2018 WERTIGKEIT UND EMOTIONEN

Zum sechsten Mal wurde der ursprünglich 2004 als «Druckmarkt-Award» ins Leben gerufene Wettbewerb unter dem Namen «Swiss Print Award» ausgetragen und geniesst inzwischen hohe Reputation innerhalb der Schweizer Druck-, Medien- und Agenturszene. Bei der Übergabe am 5. Juni in Zürich wurden die sieben Preisträger des «Swiss Print Award» 2018 ausgezeichnet.

Von JÜRIG MARTI

Gedrucktes ist nach wie vor so ansprechend, vielfältig, erlebnisreich, qualitativ hochstehend und verwandlungsfähig wie kein anderes Medium. Print bietet Unterhaltung, Orientierung, Aufmerksamkeit, Wertschätzung, Individualität, Exklusivität, Inspiration, Einfühlungsvermögen,

Nachhaltigkeit, Loyalität und Leidenschaft. Kurzum: Print ist eine feste Grösse im Medienmix und spricht als Impulsgeber für Kommunikation alle Sinne an. Dies haben Künstler, Agenturen, Verlage, Drucker, Veredler und Buchbinder beim Wettbewerb «Swiss Print Award» 2018 mit ihren ideenreichen Erzeugnissen wieder einmal unter Beweis gestellt und dabei anschaulich demonstriert, wie reizvoll be-

drucktes Papier sein kann – und damit «Lust auf Print» macht. 52 Arbeiten wurden für die «Swiss Print Awards» 2018 eingereicht, 24 hatte die Jury für einen Award nominiert. Daraus gingen sieben Preisträger hervor, die am 5. Juni 2018 ihre Awards entgegennahmen. Für den «Swiss Print Award» waren drei Kategorien ausgeschrieben, in denen jeweils maximal drei Preise vergeben werden konnten: Akzidenzen, Publikationen und Verpackung.

Die grosse Anzahl an eingereichten Arbeiten machte eine Vorjurierung unumgänglich, bei der zwangsläufig einige Arbeiten ausschieden. Dies waren aber nicht etwa mangelhafte Drucksachen, sondern sauber produzierte Arbeiten, denen es vielleicht nur an der spritzigen Idee, an etwas Originalität oder an der Stimmigkeit des Gesamtauftritts fehlte. Oder die Idee war da, es fehlte aber das «Pünktchen auf dem i».

**PREISTRÄGER KATEGORIE AKZIDENZEN**

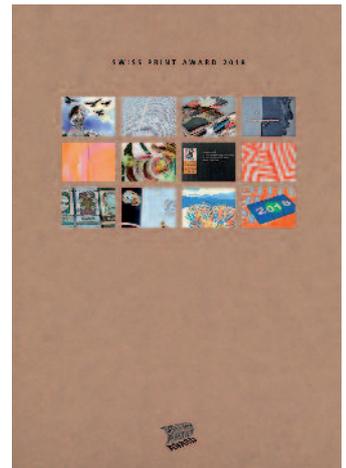
- Gold: Fontana Print AG (Pregassona), Kalender «Beauty of Africa»
 Silber: Bubu AG (Mönchaltorf), Einladung «independent paper show»
 Bronze: Schule für Gestaltung Zürich, Broschüre «Kontexte und Kohärenzen»

PREISTRÄGER KATEGORIE PUBLIKATIONEN

- Gold: Druckerei Odermatt AG (Dallenwil), Dokumentation «Plan Lumière»
 Silber: Wolfau Druck AG (Weinfelden), Kochbuch «KunstKochPhilosophiePoesieBuch»
 Bronze: Baumgartner & Annaheim Gestaltung (Zürich), Kunstbuch «Beneath The Skin»

PREISTRÄGER KATEGORIE VERPACKUNGEN

- Gold: Fratelli Roda SA (Taverne), Collection «La Belle Epoque»



Doch alle zu den Awards 2018 eingereichten Arbeiten haben ein Niveau erreicht, von dem vor einigen Jahren noch zu träumen war. Denn der jährlich vergebene Award ist ein Abbild dessen, wie sich das Selbstverständnis von Druckereien im Laufe der Jahre entwickelt und gewandelt hat.

Der «Swiss Print Award» wurde 2013 erstmals verliehen. Er ist aus dem «Druckmarkt Award» hervorgegangen, den unser Fachmagazin 2004 initiiert hatte. Heute sind die Allianz Schweizer Werbeagenturen (asw), der «Druckmarkt Schweiz», die Papyrus Schweiz AG, der Verband viscom mit dem Fachmagazin «swiss print+communication» und die Fachzeitschrift «Werbewoche» die Träger des «Swiss Print Award».

Stellten die Druckereien bei der ersten Award-Ausschreibung vor vierzehn Jahren noch ihre technische Potenz in den Vordergrund, besannen sie sich in den darauffolgenden Jahren auf ihre eigentliche Aufgabe, nämlich das Herstellen von Drucksachen.

Zunehmend entdeckten Druckereien, welche entscheidende Rolle der Gestaltung von Druck-Erzeugnissen zukommt. Sie befreiten sich aus dem Korsett vierfarbiger Standardprodukte, berücksichtigten bei ihrer Arbeit Bedruckstoffe mit haptischen und optischen Eigenschaften, die über das Gewöhnliche von ungestrichenen und gestrichenen Qualitäten

hinausreichten. Dabei rückte gleichzeitig die enge Zusammenarbeit zwischen Künstlern, Agenturen und Druckereien in den Mittelpunkt. Gerade beim «Swiss Print Award» 2018 war diese interdisziplinäre Komponente stark ausgeprägt.

In seiner Laudatio wies Klaus-Peter Nicolay, Chefredaktor der Fachzeitschrift «Druckmarkt Schweiz», auf den Nutzen des «Swiss Print Award» für die Wettbewerbsteilnehmer hin. Der Award transportiere die Wertigkeit und Emotionalität von Print. Er sei Ansporn für originelle Kreationen und demonstriere die hohe Professionalität bei der produktionstechnischen Umsetzung. Bei allen Diskussionen über den Sinn oder Unsinn von Awards würden die Gründe, die für Awards sprechen, überwiegen. Awards kommunizierten Innovationskraft und zeigten, wie sich an der Schnittstelle zwischen Kreativität und Technologie neue Produkte entwickeln liessen.

Dem Analogem wohnt das Digitale inne

Unter den 24 nominierten Arbeiten war die Broschüre mit dem Titel «Der Mensch bleibt analog», die die zwei Verbände viscom und print+communication Anfang Jahr herausgegeben haben. Für einen Award hat es dem Werk nicht gereicht. Aber Nicolay bezeichnete den Titel der Broschüre als symbolhaft für das Wesen, das gedruckte Produkte auszeichnet. Dass der Mensch trotz aller digitalen Tech-

nologien und trotz digitaler Medien «analog» geblieben sei, habe der diesjährige «Swiss Print Award» bewiesen. Nur bei zwei der 52 eingereichten Arbeiten sei ein elektronisches Gerät gefordert gewesen, um die Botschaft zu entschlüsseln. Alle anderen Arbeiten hätten ihre kommunikative Wirkung «so analog wie immer» entfaltet.

Interessant dabei ist: Während ein Druckprodukt im Endergebnis analogen Charakter hat, beruht seine Entstehung schon seit etlichen Jahrzehnten auf digitalen Technologien. Wie Klaus-Peter Nicolay feststellte, setzte die digitale Transformation in der Druckindustrie spätestens in den 1960er-Jahren ein, als Filmsatzgeräte und Trommel-Scanner mit ihrem Eroberungszug begannen. Die Druckindustrie habe es geschafft, die Vorteile, die die Digitalisierung in produktionstechnischer Hinsicht bietet, für ihre Zwecke zu nutzen. Indessen hätten Druckprodukte an sich ihr Alleinstellungsmerkmal, Informationen analog zu transportieren, beibehalten.

In der umfangreichen, 56-seitigen Dokumentation zum «Swiss Print Award 2018» sind alle Preisträger, die Nominierten und alle weiteren Teilnehmer samt ihren eingereichten Arbeiten zum diesjährigen Wettbewerb aufgeführt. Dabei sind alle nominierten Arbeiten samt Produktionsdaten, Auftraggeber und eingesetzten Produktionstechniken beschrieben.

Die aufwendig gestaltete und gedruckte 56-seitige Broschüre kann beim «Druckmarkt Verlag Zürich» gegen eine Schutzgebühr von CHF 20.00 angefordert werden.

Auf den nächsten Seiten stellen wir die Siegerarbeiten vor. In weiteren Ausgaben des «Druckmarkt» werden wir zudem auch nominierte Arbeiten vorstellen und eingereichte Arbeiten, die unserer Redaktion besonders aufgefallen sind, die aber nicht gewonnen haben.

WOLF
ENS
BERGER

OFFSETDRUCK 6-FARBIG
Formate bis 74 x 104 cm

CH-EXKLUSIVITÄT
Silber- und Goldbronzierung

T +41 44 285 78 78
www.wolfensberger-ag.ch